



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE JORNALISMO**

IMPrensa ESPORTIVA E A DECADÊNCIA DO FUTEBOL CARIOCA

BRUNO DIEGUEZ GOMES DE SOUZA

**RIO DE JANEIRO
JUNHO - 2006**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
INSTITUTO DE PSICOLOGIA**

**IMPrensa ESPORTIVA E A DECADÊNCIA DO FUTEBOL
CARIOCA**

BRUNO DIEGUEZ GOMES DE SOUZA
AUTOR

PROF. MAURÍCIO DURÃO SCHLEDER
ORIENTADOR

**MONOGRAFIA PARTE DOS REQUISITOS NECESSÁRIOS PARA A OBTENÇÃO
DO GRAU DE JORNALISMO PELA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE
JANEIRO.**

**RIO DE JANEIRO
JUNHO – 2006**

1. Introdução

Nos últimos anos o futebol carioca tem apresentado rendimento bem abaixo do esperado pelas torcidas dos grandes clubes. Acompanhar o esporte e, principalmente, torcer pelo time de coração tornou-se um sofrimento.

Diante da situação e da cobertura feita pelos principais meios de comunicação vislumbrou-se a possibilidade de analisar se o jornalismo esportivo estava cumprindo a sua função de informar ao público, de forma clara e crítica, as causas e as consequências da decadência do futebol carioca.

Analisar a história, a ética e os vários fatores que influenciam e constituem o jornalismo foi um dos objetivos imaginados por este trabalho. Porém, a prioridade sempre foi a forma como a mídia noticia, ou não, de forma correta, ou não, o desenrolar de uma crise que afeta milhões de torcedores e uma quantidade considerável de leitores, espectadores e ouvintes.

As manchetes de jornal, as colunas de jornalistas como Fernando Calazans, as mesas redondas televisivas foram alguns dos fatores que motivaram a elaboração do texto que, em seu início, era apenas uma vaga idéia. Vontade e curiosidade de pesquisar.

Para embasar os exemplos observados e conhecer melhor o jornalismo esportivo foi necessária a leitura de alguns livros, sem os quais o trabalho perderia muito de seu valor acadêmico.

Pode-se dizer que a metodologia utilizada para a pesquisa foi simples. Primeiro, a leitura e o arquivamento de muitas páginas de jornal que contemplavam o assunto. Depois, a parte mais difícil. Encontrar literatura específica. Que fornecesse informações teóricas e, quase que em sua totalidade práticas, sobre o jornalismo esportivo.

Nesse quesito, os dois livros mais importantes foram *Jornalismo Esportivo*, de Paulo Vinicius Coelho, e *Formação e Informação Esportiva*, organizado por Sérgio Vilas Boas.

Finalmente, houve a entrevista com Fernando Calazans, que apesar de não ter acrescentado muito em conteúdo foi muito importante como experiência e para dar um rumo ao que já havia sido escrito e pensado.

No desenvolvimento do trabalho são abordados cinco temas, divididos em capítulos.

No primeiro é lembrada brevemente a história desta área do jornalismo que, apesar de não ter tanta importância quanto outras, atinge o imaginário da população. Histórias interessantes e a dificuldade eterna para se firmar como algo sério, rentável e de qualidade são o principal tema da primeira parte do trabalho.

A ética também mereceu um capítulo. Assunto de importância incontestável, mesmo que negligenciado. Neste trecho, são discutidas práticas pouco éticas e exemplos do que deveria ser o ideal, mesmo que difícil de ser alcançado.

Ao pesquisar e ler os jornais é impressionante a quantidade de críticas feitas. Aos dirigentes, aos técnicos e, principalmente aos próprios jornalistas, colegas de profissão. Definitivamente, o corporativismo não é um defeito destes profissionais. Por isso, o capítulo intitulado Autocrítica.

E o esporte envolve cifras milionárias. Apesar disso, os jornalistas que passam as informações para o público não são bem pagos. Este é um dos temas do capítulo Jornalismo ou Negócio? Que também trata dos interesses por trás da simples disputa. E faz ver que ganhar dinheiro com a publicidade neste setor é fácil. Difícil é fazer jornalismo de qualidade e sobreviver.

Por último, fala-se sobre a decadência dos clubes cariocas. O motivo principal do trabalho é este. Encontrar causas além das notícias diárias das conseqüências. Para tanto, foram divididos os diversos meios de comunicação. Cada um com seu papel, com seu enfoque específico.

É certo que muita coisa faltou ao texto. Porém, o esforço para encontrar dados confiáveis e precisos fez com que o trabalho torna-se prazeroso.

Importante destacar que este assunto, a imprensa esportiva e o futebol carioca, é amplo e muito pouco explorado pela literatura e pelo jornalismo diário.

Portanto, faltarão informações importantes à monografia. Mas este, no meu entender, é um início. Um pequeno passo.

E escrever sobre um tema que lhe agrada é um privilégio para qualquer jornalista. Deveria ser sempre assim. Com isso, teríamos informação de qualidade melhor ainda. Viveríamos num mundo melhor. Em que o jornalismo cumpriria integralmente a sua inequívoca função de noticiar e denunciar.

2. Desenvolvimento

2.1 Breve História do Jornalismo Esportivo

A maior parte dos profissionais que hoje escrevem sobre os jogos, dão notas aos jogadores e comentam sobre os esquemas táticos foram um dia crianças que sonharam, ao crescer, tornar-se ídolos de grandes massas, jogar na Seleção Brasileira e ganhar muito dinheiro. Como poucos deles conseguem, por não terem talento suficiente, temos então uma legião de frustrados ex-futuros jogadores e apaixonados torcedores que aventuram-se no Jornalismo Esportivo.

Assim, conseguem acesso ao cheiro da grama tratada, ao contato com as estrelas do espetáculo, viajam o país inteiro e realizam-se profissionalmente trabalhando direto com o objeto de sua paixão.

Porém, nos últimos anos do século XIX, quando os jovens, filhos de ingleses, Charles Miller e Oscar Cox trouxeram as primeiras bolas e uniformes para os dois principais centros urbanos brasileiros, Rio de Janeiro e São Paulo, as crianças ainda não brincavam de chutar bolas de meia e os veículos de comunicação ignoravam aquele que viria a ser o esporte mais popular do planeta. As palavras que designavam as principais posições e jogadas eram as mesmas usadas nas tradicionais universidades inglesas. Portanto, ainda não havia um relato genuinamente brasileiro, diga-se popular, que descrevesse o jogo.

No início do século passado, o violento esporte bretão ainda não empolgava e fez com que o escritor Graciliano Ramos apostasse: "Futebol não pega, tenho certeza; estrangeirices não entram facilmente na terra do espinho." (RAMOS apud COELHO). Foi, portanto, o primeiro e talvez o maior engano da história do esporte brasileiro.

Não era só o autor de *Vidas Secas* que duvidava da importância de esportes como remo, o mais popular da época, e futebol nos primeiros anos do século XX. Paulo Vinicius Coelho, chefe de reportagem e comentarista da ESPN Brasil, lembra:

Nos primeiros anos de cobertura esportiva era assim. Pouca gente acreditava que o futebol fosse assunto para estampar manchetes. A rigor, imaginava-se que até mesmo o remo (...) jamais estamparia as primeiras páginas de jornal. Assunto menor. Como poderia uma vitória nas raias – ou nos campos, nos ginásios, nas quadras – valer mais do que uma importante

decisão sobre a vida política do país? Não, não poderia, mesmo que movesse multidões às ruas em busca de emoções que a vida cotidiana não oferecia. (COELHO, 2005, 7)

Infelizmente, o descrédito não desapareceu com o passar dos anos. Basta lembrar João Saldanha, jornalista, técnico, que chegou a dirigir a Seleção Brasileira na preparação para a Copa de 70, e um dos ícones da mídia esportiva brasileira. Quando do lançamento de *Placar*, no final dos anos 60, ele declarou que a revista nunca passaria dos primeiros números.

Contudo, o jornalismo esportivo resistiu e cresceu, mesmo que em espaços menos nobres dos jornais e em publicações de menor prestígio.

É difícil, praticamente impossível, estabelecer um marco para o início da cobertura dos eventos esportivos no Brasil. PVC, apelido de Paulo Vinicius Coelho entre seus colegas jornalistas, em seu livro *Jornalismo Esportivo* conta um pouco sobre a importância de um veículo pioneiro:

Em São Paulo, na década de 1910 havia páginas de divulgação esportiva no jornal *Fanfulla*. Não se tratava de periódico voltado para as elites, não formava opinião, mas atingia um público cada vez mais numeroso na São Paulo da época: os italianos. Um aviso não muito pretensioso de uma das edições chamava-os a fundar um clube de futebol. Foi assim que nasceu o Palestra Itália, que se tornaria Palmeiras décadas mais tarde, no meio da Segunda Guerra Mundial. (...) A *Fanfulla* é até hoje a grande fonte de consulta dos arquivos do Palmeiras sobre as primeiras décadas do futebol brasileiro. O jornal trazia relatos de página inteira num tempo em que esse esporte ainda não cativava multidões. E informava as fichas de todos os jogos do clube dos italianos. (...) Não existia o que se pode chamar hoje jornalismo esportivo. Mas não fossem aqueles relatos e ninguém jamais saberia, por exemplo, quando e qual foi o primeiro jogo do velho Palestra. Nem do velho Corinthians, nem do Santos, nem que o futebol do Flamengo só nasceu em 1911, apesar de o clube ter sido fundado para a prática do remo 16 anos antes. A primeira cesta no Brasil, o primeiro saque. Tudo foi registrado. Tudo meio a contragosto. (COELHO, 2005, 8)

Pela última linha da citação nota-se que o jornalismo esportivo nunca foi privilegiado nas redações. Sempre houve e ainda há alguém disposto a cortar uma linha a mais dedicada ao esporte.

Nos anos 30, o primeiro diário exclusivamente dedicado aos esportes no país era criado no Rio de Janeiro. O *Jornal dos Sports*, do jornalista Mário Filho – irmão mais velho de Nelson Rodrigues e nome atual do lendário estádio do Maracanã –, foi pioneiro ao valorizar os profissionais que cobriam os esportes, pagando salários dignos, e teve enorme importância na consolidação do discurso esportivo, basicamente do futebol, em português. Termos em inglês como *goal-keeper* foram substituídos por novas palavras (neste caso goleiro), que ajudaram a popularizar ainda mais o esporte, que já na época despontava como paixão nacional.

Porém, esta era uma exceção. O jornalismo esportivo sempre sofreu com a pecha de só atrair o público de menor poder aquisitivo;

Durante todo o século passado, dirigir redação esportiva queria dizer tourear a realidade. Lutar contra o preconceito de que só os de menor poder aquisitivo poderiam tornar-se leitores desse tipo de diário. O preconceito não era infundado, o que tornava a luta ainda mais inglória. De fato, menor poder aquisitivo significava também menor poder cultural e conseqüentemente ler não constava de nenhuma lista de prioridades. E se o futebol – como os demais esportes – dela fizesse parte, seria necessário ao apaixonado ir ao estádio, isto é, ter menos dinheiro para comprar boas publicações sobre o assunto. Assim, revistas e jornais de esportes foram surgindo e desaparecendo com o passar dos anos. (COELHO, 2005, 9)

Salário sempre foi problema para o jornalista esportivo. Mesmo na década de 60, quando alcançou certo status - trazia as novas sobre Pelé, Garrincha e demais campeões do mundo - seguiu ganhando salários desprezíveis. Os donos de jornais consideravam atividade lúdica escrever sobre esportes, algo longe de ser profissional. "Já cheguei a manter quatro empregos para me sustentar" (PORTO apud NEVES), confessa Roberto Porto, 40 anos de carteira assinada, colunista do *Jornal dos Sports* e comentarista da TV Record.

O contra-cheque do profissional de esporte realmente desestimula. Em 1927, repórteres de futebol eram tão pobres que, não fosse o lanche oferecido pelos clubes durante os treinos, morreriam de fome. Mais de 70 anos depois e esta situação não

mudou. O piso é inferior a 400 dólares. Sem contar com a imensa oferta, já que as universidades formam milhares de jornalistas ano após ano.

No fim da década de 1960, os esportes passaram a ter mais espaço nos jornais, com cadernos dedicados ao assunto. Em São Paulo, surgiu o *Caderno de Esportes*, que originou o *Jornal da Tarde*. Só que, daquela época para cá, os principais jornais de São Paulo e do Rio lançaram e se desfizeram dos cadernos esportivos como se tratasse de objeto supérfluo. Gastar papel com gols, cestas, cortadas e bandeiradas nunca foi prioridade.

Nem no Brasil, dito país do futebol, que só teria revista esportiva com vida regular nos anos 70.

O esporte e a cobertura jornalística mudaram muito desde o *Jornal dos Sports*. Houve uma Copa do Mundo em território nacional, outras foram ouvidas pelas vozes de locutores de rádio, como Gagliano Neto em 1938, e chegamos finalmente à Copa de 70. Televisada e assistida por toda uma nação, definiu de vez o Brasil como País do Futebol.

E jornalismo esportivo no Brasil sempre foi sinônimo de cobertura de jogos de futebol. O esporte mais popular do país sempre teve e, provavelmente, sempre terá destaque em relação aos outros. As exceções são as grandes conquistas de atletas brasileiros em outros esportes (como os anos de glória de Ayrton Senna na Fórmula 1, o surgimento e a chegada ao topo de Gustavo Kuerten no tênis, os já quase 20 anos de conquistas do vôlei brasileiro) e a realização de grandes eventos esportivos como os Jogos Olímpicos.

Atualmente, muitos profissionais se especializam nos chamados esportes olímpicos, ou por não gostarem de futebol ou pela correta percepção de que existe um nicho ainda pouco povoado de jornalistas na cobertura do atletismo, da natação e de outros menos votados. Esportes radicais também têm atraído cada vez mais a atenção do público, principalmente o mais jovem.

Em termos de prestígio e projeção, a fase atual do jornalismo esportivo não é muito diferente daquela vivida no início do século, com a exceção daqueles que aparecem na “telinha”. O profissional que trabalha na área não é valorizado e na literatura que existe sobre o assunto a impressão é exemplificada. Mauro Beting, jornalista esportivo que trabalhou em rádio, jornal, lecionou sobre o assunto e ainda trabalha em TV, critica:

Cada vez mais ex-jogadores sabem o que fazer quando penduram as chuteiras: empunham microfones dados de graça pelas emissoras(...). Basta se comunicar bem, e entender do riscado e do jogado.(...) Nos anos de 1980, a prática se consagrou com craques de Seleção e até com jogadores menos votados e dotados que ganharam espaço nas TVs e inclusive em colunas de jornal e revista.(...) O fenômeno ganha ainda mais corpo durante a Copa do Mundo.(...) estrelas de música, gente de mídia ou que faz média com os donos da moda também aparecem para comentar futebol, a Copa, a moda, a culinária...(BETING; 2005; 38)

A presença de ex-jogadores, que obviamente não são jornalistas, indica que os donos de jornais, TVs e rádios concordam que não é preciso ter muita cultura ou bagagem intelectual para fazer comentários sobre esporte. Com raríssimas exceções, como Júnior e Tostão, os craques da antiga são os pernas-de-pau que comentam o esporte no presente. Quem defende a presença destes e de outros palpiteiros costuma dizer que grandes nomes do esporte conferem legitimidade, por já terem experimentado o que comentam, ao imprescindível trabalho jornalístico feito pelo repórter ou comentarista. Frequentar os bancos das universidades não é o mesmo que enfrentar a dura rotina de treinos e os holofotes da mídia.

Porém, esquecem da qualidade do jornalismo esportivo. Prezam o destaque que ele terá e não o estudo e o preparo daqueles que dedicaram anos à formação profissional. Felizmente, esta é uma tendência que está sendo invertida pelas duas emissoras dedicadas aos esportes na televisão por assinatura. Sportv e ESPN Brasil, esta antes do que aquela, excluíram de seu quadro de comentaristas os ex-jogadores de futebol. Sem preconceito e zelando pela qualidade da audiência.

E são justamente as TVs por assinatura que parecem indicar novo caminho para o jornalismo esportivo. Esportivo mesmo e não exclusivamente futebolístico. Diários como o Lance!, que tentam se espelhar nas experiências bem sucedidas na Argentina, Espanha e Itália, também dão novo ânimo à área, apesar dos baixos salários pagos aos profissionais.

Enfim, é difícil acreditar que esportes que movimentam tanto dinheiro e que mobilizam tantas pessoas e paixões não precisem e mereçam cobertura de alto nível,

com salários melhores para os profissionais envolvidos e informação de melhor qualidade para o público.

2.2 Ética

Ética é sempre assunto difícil de ser discutido. Em qualquer área de nossas vidas e em qualquer profissão. Mas, se pensarmos no jornalismo especificamente, a situação torna-se ainda mais complicada.

Quantos conflitos de interesse não envolvem a publicação de determinada reportagem? Como saber o limite entre a informação precisa e o sensacionalismo? O que é, de fato, notícia? O que é ética jornalística?

Mesmo lidando com interesses aparentemente menos importantes do que outras áreas do jornalismo, o debate da ética na cobertura esportiva é tão fundamental quanto na política ou na economia, por exemplo.

Eugênio Bucci, formado em jornalismo pela Universidade de São Paulo e ex-diretor de redação das revistas *Set*, *Superinteressante* e *Quatro Rodas*, lembra em seu livro “Sobre Ética e Imprensa” que:

O jornalismo como o conhecemos, isto é, o jornalismo como instituição da cidadania, e como as democracias procuram preservá-lo, é uma vitória da ética, que buscava o bem comum para todos, que almejava a emancipação que pretendia construir a cidadania, que acreditava na verdade e nas leis justas. (BUCCI, 2000, 10)

E o conceito de ética está muito ligado à verdade dos fatos e à credibilidade de quem está divulgando a informação. Ligado também à democracia, regime político no qual todos deveriam ter voz.

O assunto não é o mais presente nas discussões entre jornalistas. Aliás, é um dos mais esquecidos. Até por parecer algo acadêmico demais em meio a uma profissão em que os prazos são curtos e as cobranças muitas. Porém, a maioria carrega consigo um compromisso com a isenção, que é praticamente sinônimo de ética quando se trata de apuração e divulgação de informações para o público.

Na imprensa esportiva encontram-se alguns exemplos clássicos de falta de ética. Ou, no mínimo, de conflito de interesses.

Em novembro de 2003, a revista Carta Capital abordou a polêmica sobre o *merchandising* na cobertura jornalística.

No início da reportagem é feita uma pergunta sobre caso típico de mistura entre o jornalismo e o *merchandising*: “É possível entrevistar um cartola retrógrado e ao mesmo tempo tecer loas a uma lâmina de barbear, sem alterar o tom e a entonação de voz?”(STYCER, 2003, 39). Pois em alguns programas de rádio e TV tais fatos ocorrem. É freqüente vermos um apresentador anunciar algum produto logo após comentários e opiniões sobre jogos de futebol.

Os jornalistas, se é que merecem este título, que usam e abusam das propagandas para garantir a sobrevivência de seus programas defendem que não há conflito de interesses em jogo. Roberto Avallone (atualmente na TV Bandeirantes) e Milton Neves (TV Record) são os ícones das mesas redondas que misturam análise futebolística e propaganda.

Quando se fala em imprensa esportiva carioca, os exemplos são menos freqüentes. José Carlos Araújo aluga espaço na televisão para dar maior visibilidade aos seus comentaristas e, principalmente, patrocinadores. O objetivo, infelizmente, não é só falar sobre futebol. O “Garotinho” da Rádio Globo se defendeu em recente Fórum de Jornalismo Esportivo;

Há 38 anos estou no mercado e ninguém sobrevive esse tempo todo se não tiver normas e condutas éticas. Eu não me considero um narrador esportivo, me considero um comunicador e tenho uma imagem de credibilidade. Em rádio a gente trabalha com a emoção do ouvinte. Precisamos levar para ele o show, o espetáculo, de uma maneira leve, mas sempre com ética, informação e jornalismo. Para isso, temos que ter credibilidade, tanto como jornalista quanto como vendedor de produto.

Os jornalistas que são contra a prática respaldam-se na ética e no conflito entre duas áreas distintas da Comunicação Social. Maurício Stycer, autor da reportagem, exemplifica um dos maiores perigos para o bom jornalismo desta mistura com a publicidade:

Ao leitor não totalmente familiarizado, convém explicar que este é um ambiente de jogo pesado, mas dado a algumas sutilezas. Por exemplo, um determinado jornal que adota uma posição crítica em relação a determinada confederação esportiva raramente, para não

dizer nunca, consegue anúncios dos patrocinadores desta entidade. (STYCER; 2003; 31)

Heródoto Barbeiro, respeitado jornalista da Rádio CBN, vai na contramão da maioria das rádios, veículos em que a prática é mais difundida, e define como cada profissional (jornalista e publicitário) deveria atuar:

Há conflito de interesses quando o jornalista faz ou publicidade ou merchandising ou testemunhal. Jornalista não vende nada e publicitário não faz jornalismo. Tem que ficar bem claro dentro da empresa o muro que separa o departamento comercial do departamento editorial, sem o que não dá para fazer jornalismo isento. (BARBEIRO apud STYCER)

Em relação ao assunto a Rede Globo tem posição clara. Jornalista não participa de propaganda. Armando Nogueira, durante anos diretor de jornalismo da rede e ícone da imprensa esportiva, separa a cobertura jornalística do espetáculo esportivo. Por exemplo, transmissões de jogos de futebol, nas quais a propaganda é liberada, são considerados espetáculos esportivos pela emissora carioca. E para que não se confunda a imagem do jornalista que cobre o evento com a marca anunciada durante o jogo as inserções comerciais são feitas automaticamente por equipamentos eletrônicos. Quando confrontado com a posição da Globo, Milton Neves é irônico: “Parabéns para a Globo.”

Jornalistas como Juca Kfourir, José Trajano e Jorge Kajuru têm posição clara em relação ao assunto. São contra e ponto final. Juca Kfourir, que foi substituído em sua função de mediador de mesa redonda por não aceitar fazer propaganda durante o programa, explica:

(...) a confusão entre jornalismo e publicidade faz um mal desgraçado ao jornalismo. Sou jornalista, sou repórter, não sou garoto-propaganda. A única coisa que eu tenho é a minha credibilidade. (KFOURI apud STYCER)

O jornalista, sinônimo de credibilidade, é visto por muitos de seus colegas como um chato, retrógrado, que não admite a propaganda como algo indispensável à sobrevivência de programas jornalísticos de boa qualidade. Kfourir, que trabalha atualmente na ESPN Brasil e na Rádio CBN, responde com ironia. Em seu programa na

rádio costuma dizer que é patrocinado por anunciantes como: “Banco da praça” ou “Água da bica”.

José Trajano, diretor de redação da ESPN Brasil, teme a difusão de maus exemplos:

Eu tenho medo de que isso se alastre cada vez mais e que as novas gerações achem normal, já saiam da faculdade tendo como referência esse tipo de coisa (TRAJANO apud STYCER)

E destaca que nos jornais a prática é diametralmente oposta à de rádio e TV: “Se o cara entrar com essa atitude (aceitar fazer *merchandising*) no jornal, a gente põe ele para fora.”

Entre os dois lados, existe também o exemplo de jornalista que nunca aceitou fazer e acabou se rendendo à prática com restrições. Este é o caso de Flávio Prado – apresentador que substituiu Roberto Avallone na Mesa Redonda da Gazeta;

Eu já fui mais avesso, mas com o mercado publicitário muito fechado, está muito mais difícil para a empresa captar recursos e ficou mais ou menos impossível fugir desse tipo de coisa. (PRADO apud STYCER)

Mesmo impondo restrições às propagandas - não faz propaganda de bebida, cigarro e bingo -, o jornalista acabou se rendendo à dura “realidade comercial” que tanto divide seus colegas de trabalho.

Na prática, a ética jornalística sobre conflito de interesses acaba sendo a ética da empresa. Cabendo ao profissional mostrar-se independente o bastante para não aceitar a imposição de regras que considere nocivas ao público. Esse é o mundo ideal.

Nos primórdios da cobertura jornalística os repórteres que cobriam o futebol eram tão mal pagos que costumavam lanchar na cozinha dos clubes. Hoje a situação mudou um pouco. Se não pelo salário, que continua sendo vergonhosamente baixo, pelos interesses envolvidos. Dirigentes criticados em uma reportagem podem ser amigos de determinado anunciante. Neste caso, ou se perde o anunciante ou a independência.

E alguns veículos sofrem mais com a falta de verbas. O rádio, por exemplo, com o advento da televisão, perdeu grande parte das cotas de patrocínio.

Roberto Assaf, autor de oito livros sobre futebol, assegura que há dirigentes que “molham a mão” de jornalistas. Tudo porquê é muito raro um radialista desfrutar de

estabilidade financeira nos tempos atuais sem render-se aos “jabás” (designação dada à troca de favores entre jornalista e qualquer pessoa que deseje ter o seu nome ou marca divulgada na grande imprensa).

Para Luiz Mendes, o mais antigo comentarista em atividade e que sempre trabalhou em rádio, são minorias os que vendem sua credibilidade. “É o mesmo caso de certos policiais, que, para sobreviverem, recebem salários de bandidos”, compara.

Contudo, essa leniência com a cartolagem corrupta e a convivência acrítica com federações viciadas destroem a reputação daqueles a quem caberia a função fiscalizadora. E mancham a imagem do jornalismo esportivo.

O relacionamento com as fontes é outra causa comum de problemas éticos para os jornalistas. Qualquer manual de jornalismo ressalta a importância dos contatos. O profissional que não contar com informações exclusivas nunca será reconhecido e dificilmente fará a diferença em uma redação. Mas o limite entre o bom convívio e a amizade deve ser mantido para que não se afete o interesse maior, o do leitor. Paulo Vinicius Coelho explica como é difícil essa relação:

Amizade não combina com jornalismo. Por outro lado, ajuda muito a conseguir informações de cocheira antes dos demais colegas. Duro é separar as duas coisas. Muitos jornalistas não conseguem separar amizade de relacionamento profissional. (...) Manter fontes boas, seguras e confiáveis requer relacionamento intenso com a fonte. Exige ligações e investimento constantes em conversas sobre diversos assuntos. Assim, uma informação pipoca aqui, outra, acolá. O que permite à fonte imaginar que pode levar alguma vantagem na história. Não pode. (COELHO, 2005, 74)

Quando o assunto é futebol, uma das maiores curiosidades do público e, muitas vezes, fonte de queixas injustas dirigidas aos jornalistas é a preferência clubística. Sobre este assunto, Paulo Vinicius Coelho, ou PVC como o tratam seus colegas de profissão, assegura; “Todos os jornalistas têm um time de coração.” Armando Nogueira assina em baixo: “Cronista esportivo não só pode como deve torcer. Aquele que não tiver time tem de ser setorista de ensaio de ópera.”

E a isenção própria da profissão de jornalista não pode esconder o fato de este ou aquele jornalista torcer, sim, por um time de futebol. PVC exemplifica a situação:

Vergonha, para jornalista, é equivocar-se na informação, coisa comum quando se trata de

apuração. Mas mentir sobre uma coisa que diz respeito à sua própria vida é esquecer-se do maior compromisso do jornalista: o compromisso com a verdade (COELHO; 2004; 59)

Ou seja, torcer é possível e preciso. Não se pode deixar que eventuais paixões clubísticas distorçam os fatos que têm que ser levado a público, mesmo que eles sejam opostos aos interesses do objeto da paixão do jornalista.

Recentemente, a política envolvida nos esportes passou a ser assunto tratado com mais frequência, principalmente pelos jornais. O longo período em que a família Mamede mandou no judô brasileiro, as seguidas reeleições de Ricardo Teixeira e o seu “reinado” na CBF, as peripécias de Eurico Miranda, homem-forte do futebol do Vasco há 20 anos, e outras histórias passaram a fazer parte de uma cobertura que mostrava-se até então apolítica.

Apesar da aridez do assunto e de o tema não agradar à maioria dos leitores, a Folha de São Paulo conquistou espaço exclusivo na cobertura esportiva quando passou a preocupar-se mais com os meandros da política envolvida no esporte do que com a competição em si. Conseguiu o sonho de qualquer redação: a tão desejada diferenciação em relação aos outros jornais. Em dois livros diferentes, *Jornalismo Esportivo e Formação e Informação Esportiva*, Paulo Vinicius Coelho e Mauro Beting, respectivamente, falam um pouco sobre o assunto.

É óbvio também que para tratar de assuntos como esse o veículo precisa de independência. E é isso o que o público espera. Saber o que levou à destituição do ex-presidente da Confederação Brasileira de Tênis Nelson Nastás. Ou da festa dada pelo presidente da Confederação Brasileira de Vôlei (CBV), Ary Graça, na Cidade do Vôlei, em Saquarema. Da briga que envolve a CBB (Confederação Brasileira de Basquete) e Oscar, ídolo maior deste esporte no Brasil. Assuntos importantes que são relegados ao segundo plano. Tão importantes, para quem gosta de esporte e torce para o seu desenvolvimento, quanto decisões tomadas nos bastidores de Brasília.

Eugênio Bucci em seu livro destaca a fiscalização do poder como uma das razões de ser da imprensa:

É bom não esquecer que a função de fiscalizar o poder (uma função política, por excelência) está entre as razões que justificam a existência da imprensa. (BUCCI, 2000, 112)

A citação está fora de contexto mas serve perfeitamente para lembrar que a imprensa esportiva não deveria cuidar apenas da divulgação de resultados e suas posteriores repercussões.

2.3 Autocrítica

As críticas aos jornalistas e, especificamente, aos jornalistas esportivos fazem parte do dia-a-dia destes profissionais tão acostumados às cobranças quanto os craques da bola. Principalmente no futebol, assunto que toda a população entende, ou acha que entende, tanto quanto ou mais do que aqueles que ganham a vida escrevendo e falando sobre a principal fonte de lazer de uma nação.

Quantas vezes as discussões entre os torcedores no dia seguinte aos jogos não lembram comentaristas que deram palpites errados ou que, baseados na lógica, fizeram prognósticos que acabaram não se concretizando?

Quem não lembra da imprensa paulista antes da Copa de 1994? Carlos Alberto Parreira era o principal alvo das duras críticas dirigidas a um time que fez o Brasil voltar a ser campeão mundial depois de 24 anos. A imprensa que atacava ganhou a antipatia de todo o país. Exemplos de erros, e também de acertos, não faltam.

E o fogo vem de todos os lados. De técnicos como Daniel Passarella, ex da seleção argentina e atual do River Plate: “Vocês, jornalistas, são ‘invictos’” ou César Luis Menotti, campeão mundial em 1978 pela mesma Argentina: “A diferença entre o treinador e o jornalista é que o treinador fala antes do jogo. O jornalista, depois”. Ou dos próprios colegas de profissão. Como Ricardo Noblat, ex-diretor de redação do Correio Braziliense: “Médico acha que é Deus. Jornalista tem certeza.”

E o jornalista é, por natureza, avesso ao corporativismo. A troca de farpas interna é constante. Roberto Assaf, em entrevista, criticou a postura de Fernando Calazans e Renato Maurício Prado, colunistas de O Globo, em relação ao futebol carioca;

Eles só criticam. Não vêem que o Campeonato Carioca tem uma das melhores médias de público do país e continua sendo, disparado, o mais charmoso. Muito mais do que o Paulista, por exemplo.

Mesmo reconhecendo que o futebol carioca não anda lá muito bem, Assaf não deixa de mostrar uma ponta de ressentimento em relação aos colegas.

Calazans, que também é comentarista da ESPN Brasil, acha que, por ser politicamente correto, a imprensa prefere atacar dirigentes a jogadores e técnicos. Ou seja, o antes criticado agora critica. E vai além quando constata condescendência da imprensa com a violência nos gramados.

Em coluna no Jornal O Globo, no dia 5 de abril de 2006, ao comentar o novo livro de Renato Maurício Prado, com apresentação de Juca Kfourri, o jornalista vê nos dois importante virtude: “...(Juca e Renato) não têm papas na língua. Dizem o que têm de dizer e o que é preciso dizer.” E ressalta que, ultimamente, até quando criticam, os jornalistas parecem pedir desculpas a dirigentes, técnicos e jogadores. Como bem diz Eugênio Bucci, etiqueta e bom jornalismo simplesmente não combinam.

Afinal, opinar, informar e, quando necessário, criticar são parte do ofício. Se comentarista e repórter não o fazem deve-se acender um sinal amarelo. Ou falta coragem ou ética jornalística.

Aliás, não é exclusividade de jornalistas. Em qualquer segmento da sociedade existem os bons e os maus profissionais. Aqueles que seguem os preceitos éticos e os que se deixam levar por outros interesses que não aqueles dignos da profissão que escolheram.

No livro *Formação e Informação Esportiva*, organizado por Sérgio Vilas Boas, o jornalista Mauro Beting, comentarista da rádio e da TV Bandeirantes, diz detestar o corporativismo. Em seu texto, escreve bem e mal sobre os colegas;

Mas nós, como jornalistas que somos, apenas refletimos o mundo que vemos e vivemos. É a função da imprensa. A de buscar a melhor versão possível dos fatos. E não procurar o Graal da Verdade. O que é a Verdade? (BETING; 2005; 14)

Começando pelo básico: é pouco comum a presença de comentaristas em treinamento das equipes. Alguns repórteres setoristas – que cobrem o dia-a-dia... -, não raro ficam de costas para os treinamentos e para os coletivos dos times. Não vêem as movimentações, as alterações táticas. Ou, quando vêem, não enxergam. (BETING; 2005; 16)

E não poupa os jornalistas esportivos quando o assunto é conhecimento sobre futebol. Exemplifica com as famosas entrevistas de jogadores de futebol que nada dizem porque nada lhes perguntam. Para ilustrar o fato, não poderia ser mais claro:

Não só os jogadores se preparam para as grandes jornadas; os profissionais de imprensa também vão se municiando de dados, de fatos, de fotos, de impressões, de observações que surgem com a prática. (BETING; 2005; 18)

Finalmente, faz *mea culpa* quando o assunto é a falta de critério para alavancar e enterrar carreiras de jogadores de futebol:

Incensamos craques. Catapultamos carreiras não-pavimentadas. Inflamos egos, que inflamaremos na primeira canelada. Subimos e baixamos bolas e astrais sem o menor comprometimento ético e profissional. (BETING; 2005; 33)

No mesmo livro, Elias Awad, ex-repórter esportivo nas emissoras SBT, Band, Sportv e PSN, foca no que ele enxerga como desleixo da classe em relação ao desfecho da cobertura da CPI do Futebol:

E nós, jornalistas, como é que ficamos nisso tudo? Assistindo calados? Tivemos postura ética na condução jornalística dos fatos? Cobramos devidamente daqueles envolvidos nas denúncias? Cobramos devidamente daqueles que usaram a CPI do Futebol como trampolim político? Sinceramente, acredito que não. Assistimos a uma peça de teatro, da qual até já sabíamos o final. E que final sem graça. (AWAD; 2005; 47)

O autor também analisa a falta de criatividade e continuidade no jornalismo esportivo e acha que o futebol deve ser tratado de forma mais profissional e menos passional:

Vamos supor que uma sequência de derrotas da equipe seja o assunto do dia. Todos os jornalistas presentes aguardam o final do treino para direcionarem perguntas nesse sentido. Pois no meio do treino aparece o tal dirigente e critica a fórmula de disputa da competição. Já é o suficiente para que todos comecem a explorar o “novo” assunto e esqueçam-se da pauta anterior. A necessidade que a mídia tem de novidades faz que ela mesma troque e elimine os assuntos prematuramente. É uma forma de passionalidade. (AWAD; 2005; 52)

Levando-se em conta as citações observa-se que ninguém está livre das falhas e de ser alvo do julgamento dos pares. E é bom que seja assim. Quem dera que em outras carreiras houvesse tanta gente fiscalizando e tanta exposição.

Como deveria ser a cobertura esportiva ideal? Sérgio Villas Boas minimiza a questão da disputa e amplia o leque de possibilidades pouco exploradas no jornalismo atual:

Esporte é muito mais do que um jogo, não? Envolve ciência, tecnologia, saúde, política, história, comportamento, economia. Há inúmeras interfaces possíveis, polêmicas e necessárias que o jornalista poderia costurar para não se ater somente à questão da disputa. (VILLAS BOAS; 2005; 8)

Com certeza, não é fácil trabalhar com esportes. Que se mostram, por muitas vezes, sem lógica alguma. Portanto, impossíveis de serem analisados racionalmente.

Carlos Drummond de Andrade definiu assim a tarefa de quem escreve sobre futebol: “Bem-aventurados os que não são cronistas esportivos, pois não carecem de explicar o inexplicável e racionalizar a loucura.”

Emoção aliás é algo que passou a ser forçosamente abolido do relato das páginas dos Cadernos de Esportes. Quem já leu as crônicas de Nelson Rodrigues, torcedor incondicional do Fluminense, com a sua paixão e a sua cegueira literal, não entende como podemos ter hoje uma cobertura tão precisa, verdadeira e chata. Em que a criatividade não entra.

É certo que as crônicas rodriguianas não são o melhor exemplo de cobertura jornalística. Em suas narrativas espetaculares, a “verdade” dos fatos era o que menos importava, pois ele era o artista que criava a história.

Pois bem, qual será então o interesse em falar de um jornalista assim? Paulo Vinicius Coelho responde: “A emoção também faz parte do jornalismo, como bem mostraram as crônicas de Nelson Rodrigues no passado.” O irmão de Mário Filho, outro ícone do jornalismo esportivo que não se faz mais, era um jornalista criativo. Entre suas contribuições para a história do futebol brasileiro estão os relatos sempre incríveis sobre os clássicos cariocas (principalmente o Fla-Flu) e a descrição do complexo de inferioridade que tomou conta do povo e do meio futebolístico brasileiro após a perda da Copa de 1950. Até hoje, o termo “complexo de vira-lata” é lembrado como o

sentimento que tomou conta de um país e que só teve o seu fim com a conquista da competição em 1958.

Contudo, como já foi dito antes, os tempos de Nelson Rodrigues eram outros. O compromisso com a isenção e com o relato fiel dos fatos, até porque hoje em dia podemos vê-los em transmissões televisivas ou em videoteipes dos melhores momentos dos jogos, supera a possível criatividade na cobertura jornalística do violento esporte bretão.

O espaço para os devaneios não existe mais e os manuais de redação exigem objetividade na cobertura de clubes e confederações. Mas o esporte, que desperta tantas emoções, passou a ser descrito sem elas e perdeu um pouco de seu encanto.

A exceção a esse formato é o rádio. Como o ouvinte não sabe exatamente o que se passa em campo fica muito mais fácil para o locutor esportivo e o comentarista tornarem uma partida de baixo nível técnico em um grande clássico do futebol. Basta acompanhar um jogo que está sendo transmitido pela TV com a locução radiofônica para constataremos o fato.

Na televisão, mais do que a emoção, é destacado o show de imagens, dos gols, das disputas de bola e da torcida, que também quer fazer parte do espetáculo.

Estudo realizado nos Estados Unidos, citado no texto de José Eduardo de Carvalho (ex-editor-chefe da PSN Sports no Brasil e professor de cursos de especialização em Jornalismo do Senac-São Paulo), mais um do livro *Formação e Informação Esportiva*, por um grupo de especialistas em comunicação de massa; Jennings Bryant, Paul Cominsky e Dolf Zillman; mostra a influência do comportamento de quem transmite o jogo em relação aos níveis de audiência;

O levantamento sobre a influência dos comentários jornalísticos no envolvimento do torcedor com o evento revelou que, em um período de cinco anos, ao menos metade do aumento da audiência em todos os meios de informação dos Estados Unidos podia ser atribuído à crescente carga emocional imprimida pelos comentaristas em suas manifestações. (CARVALHO; 2005; 69)

Ou seja, o caminho é difícil. Encontrar o equilíbrio entre emoção e razão parece tarefa hercúlea. E, vale ressaltar, quase todos os veículos de comunicação são privados. O que quer dizer que visam o lucro. E, na maioria dos casos, dão prioridade a ele em detrimento à qualidade e à tentativa de encontrar um caminho que, sem deixar a questão

econômica de lado, valorize o profissional e respeite o público consumidor da informação.

2.4 Jornalismo ou Negócio?

O esporte é hoje um negócio que movimenta bilhões de dólares. Como em quase todas as atividades, o ser humano encontrou um meio de ganhar dinheiro. E esse fato afeta de forma decisiva a disputa e a cobertura jornalística.

Lucrar é sinônimo de vender marcas, ou ídolos do esporte, e estampá-las, no maior espaço possível, em todos os meios de comunicação. Desde a década de 30, quando o futebol tornou-se profissional no Brasil, houve mudanças significativas em relação às cifras envolvidas no violento esporte bretão. Alguns exemplos ilustram bem a situação.

Ronaldinho Gaúcho já ganhou, em sua carreira de menos de dez anos, muito mais do que Pelé, o atleta do século passado, e o maior jogador de futebol de todos os tempos. Se a comparação for feita com Garrincha então.... Tudo porque existem muitos mais formas de explorar a imagem do jovem jogador do que existia há trinta, quarenta anos atrás. Finalmente, a exploração do esporte como negócio acaba explicando todas as diferenças numéricas.

Contudo, muitos especialistas e jornalistas já analisam a disputa não só como algo que ocorre dentro do campo, ou da quadra. Interesses econômicos e políticos estão cada vez mais envolvidos e inúmeras dúvidas são levantadas sobre a lisura das competições esportivas.

O que aconteceu com a seleção brasileira na final da Copa do Mundo de 98? Como explicar as falhas de arbitragem que levaram a Coreia do Sul, anfitriã da Copa de 2002, à semifinal inédita? Alguns jornalistas, como Juca Kfoury, dizem que a Copa de 2006 será ganha por um time que veste Adidas, pelo fato da marca de material esportivo ser uma das patrocinadoras do evento.

Serão estas suposições apenas teorias conspiratórias? O fato é que a FIFA, Federação Internacional de Futebol, com mais países-membros que a Organização das Nações Unidas, não demonstra interesse em fazer do futebol um esporte com regras mais flexíveis e transparentes. Enquanto vinte e cinco câmeras mostram um jogo para todo o mundo, só um juiz e dois assistentes tentam não errar em um terreno hostil de

mais de cinco mil metros quadrados. O que será que isso quer dizer? Que a entidade é conservadora e ultrapassada? Quando o assunto é dinheiro, a FIFA está em dia com a globalização. Trinta e dois países e quinze patrocinadores estão envolvidos na Copa da Alemanha de 2006.

No Brasil, ocorreu no ano passado, escândalo envolvendo o árbitro Edílson Pereira de Carvalho e a máfia que aposta em resultados dos jogos do Campeonato Brasileiro. Foi a primeira vez no país que a credibilidade de uma competição foi manchada de forma tão grave. Porém, em países como Alemanha e Itália, onde o mercado de apostas é maior e envolve quantias proporcionalmente mais altas, fatos parecidos já ocorreram algumas vezes. E envolveram além de árbitros, jogadores e dirigentes.

E a invasão de interesses nada esportivos no futebol acaba afetando também o conteúdo do que é escrito, falado e, principalmente, transmitido quando o assunto é a maior paixão da nação.

Paulo Vinicius Coelho alerta sobre a inversão de valores que ocorre no jornalismo, se é que podemos chamá-lo assim, atualmente. Como chefe de reportagem e comentarista da TV por assinatura ESPN Brasil, dedicada exclusivamente a esportes, o autor sabe bem o que diz quando tenta separar o que é jornalismo e o que é show na cobertura televisiva de campeonatos de futebol.

Primeiro, existe a dependência financeira dos clubes em relação aos direitos de transmissão pagos pela TV, normalmente a Rede Globo. Quantas vezes não lemos ou ouvimos sobre a importância de o time A ou B se classificar para a próxima fase de uma competição devido ao dinheiro extra que entrará nos cofres do clube e que servirá para pagar salários atrasados, contratar um novo jogador e aumentar ainda mais a dependência destes clubes em relação ao dinheiro da TV aberta ou fechada. Em um cenário em que o planejamento não existe e as fontes de recursos são escassas, acaba-se formando um círculo vicioso.

Tudo isso sem falar na preferência que a cobertura televisiva tem sobre as outras mídias. Afinal, é muito melhor aparecer na TV em horário nobre do que ter suas palavras divulgadas em canto de página nos jornais do dia seguinte. Por isso, o jogador em fim de jogo, mesmo suado e cansado, sempre concede a sua primeira entrevista àqueles que estão acompanhados de uma câmera.

A transmissão de um jogo na televisão sempre deve ser um espetáculo. E o jornalismo é apenas um item supérfluo nesse contexto. Importa mais oferecer ao público

consumidor um produto sob medida. Belos efeitos eletrônicos, belas imagens da bola, da torcida e muito espaço para os anunciantes (nas placas dentro do gramado, na comercialização entre os tempos e onde mais houver espaço).

E é exatamente por isso que não vemos, nem nunca veremos, locutores e comentaristas falando sobre a pequena presença de público nem sobre a dificuldade do torcedor em comparecer a determinado jogo devido ao horário imposto pelo término da novela. Assim, a crítica é sempre subordinada aos interesses comerciais. O jornalismo perde em independência e importância.

Outra polêmica envolve o verdadeiro leilão em que se transformou a venda dos direitos de transmissão dos jogos. A Rede Globo, o Sportv e o Premiere Esportes, pertencentes ao mesmo grupo, conseguiram monopolizar o mercado no final da década de 90. Ou seja, através do pagamento de uma gorda quantia passaram a ser os donos da bola, ou melhor, das imagens por um período de aproximadamente dez anos. Às outras emissoras só é permitido um compacto de noventa segundos da partida. Pensando apenas em termos contratuais não parece absurda a imposição. Mas, quando encaramos a situação desde o ponto de vista do interesse do público, não há como concordar com a prática. Devemos ter o direito de escolher. Nenhuma quantia pode cercear o direito à informação e à escolha, que cabe ao público, e não aos cartolas dos clubes e da CBF; Confederação Brasileira de Futebol.

Mais uma consequência da espetacularização do futebol são os jornalistas que viraram artistas. Galvão Bueno ganha muito mais do que qualquer jornalista da Globo. E ninguém duvida que o homem é um artista. Da voz e do convencimento. Da emoção que deixa de lado a razão.

José Eduardo de Carvalho destaca a importância de achar o ponto de equilíbrio já que, segundo ele, “o excesso de olimpismo e distanciamento é tão nocivo quanto o envolvimento total”. E cita Vicente Verdú, autor de *El futbol: mitos, ritos y símbolos*:

Com o emprego de um variado catálogo emotivo, os meios de comunicação vão além da informação pura e simples para se aproximarem de um dramatismo próprio. Nos comentários do jornalismo esportivo, boa parte do conteúdo pode ser considerada de caráter descritivo, mas aproximadamente 30% estão cobertos de adereços psicológicos, sociológicos ou político-religiosos, que convertem a mensagem em um novo objeto de consumo. (VERDÚ; 1990)

Carvalho critica a humanização na cobertura jornalística do futebol, que acabou virando jornalismo de rotina, em que a emotividade é imposta. E encontra no mercado, que encurtou horários de fechamento, entre outras medidas prejudiciais ao jornalista, o principal culpado pela queda de qualidade do jornalismo esportivo.

(...) a necessidade de popularizar a linguagem na ilusão de vender mais jornais ou dar picos de audiência acabou com qualquer tentativa saudável de sofisticação do discurso, como se fosse uma excentricidade vender jornal com bom texto – como se o popular é ruim realmente vendesse. (CARVALHO; 2005; 72)

Diferentemente das emissoras de televisão aberta, jornais e rádios são menos influenciados pelos patrocinadores e mudaram menos em relação ao que eram há poucos anos atrás. A análise dos jogos e a crítica é mais elaborada e este acaba sendo o diferencial em relação à cobertura televisiva. Porém, cada vez mais a análise, o debate e a cobertura do pré e do pós jogo são exploradas pelas TVs fechadas, mais especificamente Sportv e ESPN Brasil.

E este é, sem dúvida, mais um fator de estrangulamento das outras mídias e do domínio quase absoluto da televisão quando o assunto é garantir a audiência das classes mais abastadas e, conseqüentemente, abocanhar cotas de patrocínio mais gordas.

Outra fonte de renda para as televisões e as rádios são os já famosos debates esportivos de fim de noite de domingo. As mesas redondas analisam os jogos e a comercialização é veiculada sem maior critério. Afetando a informação e descaracterizando o programa “jornalístico”. Nada contra a possibilidade de os jornalistas ganharem dinheiro com o que fazem. Tudo contra a confusão para o telespectador, ou ouvinte, que não sabe se está assistindo, ou ouvindo, a um programa de debate com comerciais ou a comerciais salpicados de comentários sobre os jogos da rodada.

Mauro Beting reforça o enfoque comercial das cobertura esportiva ao declarar que, Flamengo e Corinthians, por terem as maiores torcidas do país, são os senhores da imprensa, ou seja, dominam o noticiário. E não sem razão. Basta recordar que as maiores tiragens do Lance! ocorreram no dia seguinte à conquista da Taça Guanabara pelo Flamengo em 1999 e ao título mundial do Corinthians em 2000.

Além disso, o jornalista destaca a constante tentativa dos meios de comunicação de “dourar a bola”:

Qualquer Zé Manelson que faz dois gols num jogo-treino vira Zé Manelshow e ganha a primeira página. É assim que se vende mais jornal. Mas é assim que se faz jornalismo.... A culpa não é do jornalista. É do jornal. É do rádio. É da TV. É do *site*. Do negócio jornalístico que admite apenas a “liberdade de empresa”, não de imprensa. Para o patrão, vender jornal ou vender pão é a mesma coisa. (BETING; 2005; 34)

A maior dificuldade financeira desta área do jornalismo é que o público cativo de publicações esportivas é predominantemente das camadas mais baixas da população, o que para o mercado publicitário é sinônimo de redução no volume de anunciantes nos diários esportivos. Sem contar que, em momentos de dificuldades econômicas, este leitor irá sempre abrir mão de comprar jornal. Com isso, cai a qualidade, como mostra Paulo Vinicius Coelho:

O resultado é a dificuldade histórica para incluir páginas de anunciantes fortes em edições esportivas. Quanto menos anúncios, menos dinheiro, menos condição de investir, maior o risco de fracasso cada vez que novo projeto editorial aposta na contratação de profissionais altamente qualificados. (COELHO; 2004; 83)

O fato é que existe uma contradição no jornalismo esportivo, retratada por PVC da seguinte forma:

Se apostar em qualidade editorial custa aos veículos da imprensa esportiva um público leitor das camadas mais baixas da população, apostar no direcionamento para essas camadas mais populares significa tiro no pé. (...) Porque são justamente as camadas mais baixas as que produzem índices de audiência ainda aceitáveis em emissoras de rádio com programação dedicada ao esporte. Programações que não rivalizem com os jornais que chegam às bancas no dia seguinte. Mas que exigem manchetes mais reflexivas e menos voltadas apenas para o fato que, a rigor, já se conhece na véspera. (COELHO; 2004; 85)

Um estudo de caso bastante interessante é citado pelo autor. A criação e o desenvolvimento do diário esportivo *Lance!*, que tentou seguir a fórmula de outros diários esportivos da Espanha, Portugal, Itália, França e, como exemplo maior, da vizinha Argentina. Analisando o relato, chega-se então à constatação da imensa

dificuldade em conseguir recursos financeiros e de como colocar em prática tudo o que foi idealizado é duro exercício diário de aperfeiçoamento:

Diário esportivo deve ser revista diária, com exercício diário de pauta, reuniões que reforcem a idéia de criatividade entre os leitores e, sobretudo, matérias que os concorrentes não tenham imaginado(...) Todo diário esportivo deve ter pauta muito mais parecida com a de revista do que com a de qualquer outro jornal. E isso até hoje falta ao Lance! (COELHO; 2004; 108)

E conclui com certa dose de pessimismo:

(...) jornalistas que ainda não entendem que o jornalismo esportivo precisa ser diferenciado das demais áreas. E exige conhecimento e criatividade andando lado a lado (...) Não é fácil agradar leitor exigente, como o que julga entender de esportes mais até do que quem escreve para ele – e em geral entende. Também é duro encontrar alguém que não seja apaixonado mas que esteja disposto a comprar um diário esportivo mais de quatro vezes por semana – a média do Lance! é de dois exemplares a cada sete dias. (...) E muito mais difícil é entender que o desafio não é encontrar uma única pauta criativa. É fazer do diário de esportes um exercício constante de criação. A única maneira de mostrar que o esporte é viável é mostrar que o jornalismo esportivo não é feito apenas por esporte. (COELHO; 2004; 115)

Portanto, o futuro do jornalismo esportivo indica diferentes desafios nas diferentes mídias.

No rádio, veículo mais tradicional na cobertura do futebol, e intimamente ligado às classes mais populares, a emoção não deve nem pode ser deixada de lado. Mas, experiências bem sucedidas como a da CBN, em que a opinião, o jornalismo de qualidade e a independência são valorizadas não podem ser descartadas como um novo caminho a ser seguido.

Os jornais, principalmente aqueles dedicados ao esporte, enfrentam grandes dificuldades; que já foram apresentadas anteriormente. A saída é, como disse Paulo Vinicius Coelho, a aposta na criatividade. Na árdua tarefa de fazer algo sempre diferente e interessante aos olhos do público.

Na televisão aberta, parece que encontrou-se uma fórmula de muito espetáculo e pouca informação. Sem dúvida, o público gosta de belas imagens. Porém, o encanto e os patrocinadores podem não durar para sempre. E é sempre possível aperfeiçoar o modelo.

A fórmula mais próxima da ideal é a dos canais pagos, Sportv e ESPN Brasil. Jornalismo sempre em primeiro lugar. A busca da qualidade e não da quantidade na cobertura e na busca pela audiência e a necessário independência na divulgação dos fatos que transformam diariamente o mundo do esporte.

Lembrando sempre que o negócio do jornal, do rádio, da televisão deve ser bem informar o público. O que vier depois é lucro.

2.5 Decadência do Futebol Carioca

“O fundo, o fim”. Com esta manchete, Fernando Calazans abriu a sua coluna de 17 de março de 2006 no jornal O Globo. Vasco e Botafogo haviam sofrido derrotas humilhantes para Cabofriense e Ipatinga, respectivamente.

Este é apenas mais um triste capítulo de uma história que parece não ter fim. O futebol carioca como um todo sofre há muitos anos com o declínio de seu prestígio e da escassez de glórias nacionais e internacionais.

As causas do calvário por que passam os torcedores de Flamengo, Fluminense, Botafogo e Vasco são muitas e serão apresentadas ao longo deste capítulo.

A cidade do Rio de Janeiro, capital do país até 1960, sempre foi um centro irradiador de histórias e notícias quando se tratava de futebol. O Flamengo é o mais querido do Brasil graças, em primeiro lugar, à paixão que devotava ao clube Ari Barroso. Locutor e torcedor, o brilhante compositor era ouvido pelas “ondas” do rádio em todo o país, que aprendeu a amar, como ele, o rubro-negro da Gávea. E assim foi com os outros grandes clubes cariocas, Vasco, Fluminense e Botafogo. Até hoje, partidas desses times no Norte e Nordeste são acontecimentos para a população local.

Infelizmente, os grandes clubes do Rio, que sempre dividiram atenção com os grandes de São Paulo, representam agora uma vaga lembrança de sua história gloriosa. O Botafogo, clube que revelou para o mundo Garrincha e que, junto com o Santos de Pelé, escreveu grande parte das mais bonitas histórias de nosso futebol, andou pela Segunda Divisão do Campeonato Brasileiro. O Fluminense sofreu mais ainda,

despencando para a Terceirona, lugar indigno para o primeiro clube de futebol da cidade e para um time que uma vez foi chamado de Máquina. Vasco e Flamengo que ostentaram glórias até bem pouco tempo, parecem muito distantes de retornar aos dias vitoriosos.

Sem rumo e sem direção, lutando em posições em que nunca sonharam estar, os clubes cariocas caminham juntos para tristeza de suas enormes torcidas. E isso é um fato. Por mais apaixonado e cego que seja o torcedor, não há como negar a decadência. Lembrando apenas o ano de 2006, só o Botafogo encarou dignamente o outrora charmosíssimo Campeonato Carioca. Flamengo, Vasco e Fluminense não se classificaram nem para as semifinais de turno, fazendo a alegria de times de menor expressão como o Madureira, finalista ao lado do clube de General Severiano. A campanha dos cariocas na Copa do Brasil poderia servir de consolo mas, sem os times que disputam a Taça Libertadores (4 paulistas, 1 gaúcho e 1 goiano), a competição perde muito em competitividade e prestígio.

Como não poderia deixar de ser a decadência está nas páginas dos jornais e na pauta dos jornalistas. Rádios, redes de televisão (aberta e por assinatura) e *sites* também dedicam espaço ao assunto.

O enfoque e a atenção que cada um desses veículos dispensa ao assunto serão descritos a seguir.

2.5.1 Nos jornais

De maneira resumida, os seis principais jornais do Rio para esporte são O Globo, Jornal do Brasil (JB), Jornal dos Sports (JS), Lance!, O Dia e Extra. Em termos de público, a disputa é entre Globo e JB, JS e Lance!, e O Dia e Extra.

O Globo leva vantagem na quantidade de informações, na estrutura (dinheiro, além de quantidade e qualidade de profissionais) e em antigas características do JB: ousadia e criatividade nas edições.

O público “torcedor” é disputado por Lance! e JS. Por ser mais moderno e ter grande preocupação com o visual, o Lance! está na frente em vendas. Algumas edições do jornal serão discutidas no decorrer do texto.

E a disputa mais acirrada pelo público da Classe C e D ficam com O Dia e Extra.

A intenção é destacar, dentro das publicações citadas acima, exemplos de reportagens e opiniões que tratem especificamente da decadência do futebol carioca.

Fernando Calazans, colunista de O Globo, é sem dúvida um dos maiores críticos da fase atual do esporte na capital fluminense. Em coluna publicada no 10 de maio de 2005, no início de mais uma campanha decepcionante do Vasco em um Campeonato Brasileiro, começou assim a coluna com o título “O ex-supercampeão”:

Poucos clubes terão mudado tanto a sua essência, o seu espírito, o seu rumo e a sua história quanto o Vasco da Gama. O Vasco que foi, desde os primórdios do futebol do Rio, o clube mais democrático, mais igualitário, mais popular. O clube que acabou com o elitismo e a discriminação da entrada dos jogadores pelas portas dos fundos. Que acabou com a segregação social e racial (CALAZANS; 2005; 29)

E, depois de falar de todos os desmandos do atual presidente do clube, de grandes conquistas do passado e até do não tão distante Campeonato Brasileiro de 2000, Calazans encerra com um chamado ao torcedor vascaíno:

Senhores torcedores, senhores sócios, senhores conselheiros, vascaínos da jovem e sobretudo da velha guarda orgulhosa da sua camisa – será que é só isso que vocês esperam e é só isso que vocês almejam para o Vasco outrora supercampeão? (CALAZANS; 2005; 29)

Estas palavras ácidas não são estampadas todo o dia em jornal. Principalmente porque atingem em cheio o orgulho de uma grande torcida. Mas, nada mais são do que o cumprimento da função do jornalista; informar e opinar sobre um assunto que lhe parece tão grave.

“Torcedores culpam jogadores pela crise no futebol do Rio”. Com esta manchete, o jornal O Globo de 16 de abril de 2006 apresentou pesquisa sobre o atual momento do futebol carioca. Nela, apenas 8% dos entrevistados lembraram dos jornalistas quando perguntados sobre os responsáveis pela má fase dos últimos anos. Mais citados que os profissionais responsáveis pela cobertura diária dos clubes estavam, nesta ordem, jogadores, dirigentes, o presidente da Federação do Rio e os torcedores.

Portanto, para quem torce, o problema está dentro do clube e não nas redações, ao contrário do que insinuam alguns dirigentes que tentam se eximir de responsabilidade.

Na mesma página, de novo Fernando Calazans – que também é comentarista do canal por assinatura ESPN Brasil - intitula a sua coluna com duas palavras; “Torcida

Consciente”. O conteúdo da pesquisa vai ao encontro da opinião do jornalista dada em entrevista: “A imprensa não tem culpa pela decadência do futebol carioca. A culpa maior é dos dirigentes”. Outros profissionais, como Paulo Julio Clement, Ricardo Gonzalez e Roberto Assaf, que lidam com o futebol diariamente, endossam as palavras do colunista.

E Calazans não cansa de levar ao público o assunto. No dia 17 de março de 2006 ele sentenciou: “(...)Vasco, Botafogo – e também Fla e (...) Flu (...) estão cada vez mais próximos do naufrágio. Do fundo. Do fim.” E encontrou dois grupos distintos entre os torcedores dos quatro clubes. Os que aceitam e concordam com as críticas feitas pelos jornalistas ao estado em que se encontram os outrora grandes times de futebol do Rio, detentores de onze títulos nacionais, e aqueles que não as aceitam e, segundo o comentarista, devem ler a imprensa oba-oba:

E há gente na torcida que detesta a crítica. Que reclama das críticas. Que acha que quem critica os clubes é porque não gosta desses clubes. Quer que os críticos apoiem os clubes para ajudá-los a se levantar. Quer que digam que tudo está uma beleza e que Botafogo, Flamengo, Fluminense e Vasco são fortes candidatos ao título nacional no próximo Campeonato Brasileiro. A esses torcedores recomendo que leiam, na imprensa, a turma do oba-oba. A que quer iludir, fazer acreditar(...) (CALAZANS; 2006; 35)

Além de atestar a queda de rendimento dos clubes, o colunista denuncia, ou melhor informa, que existe uma parte da imprensa (intitulada de “oba-oba”), como há uma parte dos torcedores e dirigentes que nega o atual estado de coisas. Provavelmente porque se beneficia da situação.

Reportagem de capa do jornal “Lance!” do dia 17 de maio de 2005, após a quarta rodada, em que Fluminense e Botafogo lideravam o Campeonato Brasileiro, demonstra precipitação na análise de dados positivos dos times cariocas. Não é o caso de pensarmos que estamos diante de um exemplo da imprensa definida como “oba-oba” por Fernando Calazans. Até porque entre os próprios jornalistas, como seria óbvio deduzir, existe muita controvérsia sobre o grau de decadência dos clubes e a distância que os separa da recuperação da antiga grandeza.

Voltando à notícia publicada com destaque pelo diário esportivo, o fato é que a mesma se baseava em dados da classificação da quarta rodada, de um total de 42. Historicamente, como demonstrado na própria reportagem, a diferença entre esta e a

classificação final do campeonato é imensa. Além disso, a competição é muito mais nivelada do que outras disputadas no sistema de pontos corridos pelo resto do mundo.

Outro ponto questionável é a comparação do diário com o Campeonato do ano anterior. Vale lembrar que 2004 representou o pior início de Brasileiro da história dos times da cidade. Neste ano, os times cariocas demoraram quatro rodadas para vencer um jogo. Mesmo assim, a tal vitória foi obtida em um clássico regional (Fluminense 1 x 0 Vasco).

Na sequência, o diário também traz um questionário para vários jornalistas e ex-jogadores sobre questões relacionadas à melhoria de desempenho dos clubes do Rio. Portanto, depois de fazer uma comparação relativa de dados estatísticos, o diário traz a opinião de quem entende do assunto. E é nesse ponto que o teor da reportagem muda do otimismo exagerado para o realismo da crítica. A maioria indica o Fluminense como real candidato a frequentar as primeiras posições durante todo o campeonato (previsão que se concretizaria) e vê Botafogo e Flamengo como incógnitas. Pelo menos dois entrevistados (Juca Kfoury, colunista do jornal, e Renato Gaúcho, ex-jogador e técnico) ressaltam o nivelamento por baixo do futebol brasileiro e não conseguem enxergar até onde vai o fôlego das equipes. Outros dois (Paulo César Vasconcelos, também colunista do jornal, e Tostão, ex-craque e colunista da Folha de São Paulo) vêem o futebol do Rio mais organizado e melhor preparado fisicamente do que em anos anteriores. Destacam Botafogo e Fluminense e confirmam o baixo nível do futebol praticado no país, já que times organizados e bem fisicamente se destacam mesmo sem serem brilhantes tecnicamente. Enfim, apesar de ter publicado a manchete “O Vôo do Rio” na capa, no texto propriamente dito o diário encontra o equilíbrio entre dados positivos e opiniões de especialistas.

2.5.2 Na TV

O jornalismo esportivo nas televisões abertas se atém, basicamente, às reportagens dos jogos, à exibição de um sem número de gols e ao acompanhamento do dia-a-dia dos clubes. A exceção a esta regra são os programas Globo Esporte e Esporte Espetacular, ambos da Rede Globo.

Logo após o Campeonato Carioca de 2006, o programa diário da emissora carioca, exibiu uma série de cinco reportagens em que se tentava achar as causas do caos em que se encontram os grandes times do Rio.

Foram vários os assuntos abordados: as péssimas contratações feitas pelos dirigentes, a precária situação econômica, a falta de planejamento a longo prazo, o esquecimento das divisões de base (exceção feita a Xerém onde é feito um bom trabalho com as categorias de base do Fluminense) e o êxodo precoce de craques como Ronaldo e Adriano, que formam hoje a dupla de ataque da Seleção Brasileira.

Sem sombra de dúvida, foram informações bem apuradas e corretamente divulgadas a um público que, mesmo cansado de sofrer com a situação, deve e tem o direito de ser lembrado que o atual estado de coisas não é fruto de um ou dois erros, mas de toda uma seqüência de acontecimentos que culminaram na degradante condição atual de Vasco, Fluminense, Flamengo e Botafogo.

Na televisão por assinatura existem alguns canais dedicados aos esportes, tais como ESPN Brasil, Sportv, Band Sports. Em um deles, o Sportv, foi produzido um especial com o tema “A Crise do Futebol Carioca”. O programa, da série Dossiê Sportv, com duração de 25 minutos, procurou encontrar os motivos da crise e foi ao ar após o Campeonato Carioca de 2006, mesmo período em que foi veiculada a reportagem do Globo Esporte citada anteriormente.

E, não por coincidência, os assuntos se repetem nos dois programas.

Com a opinião de dois economistas, de dois dirigentes (Bebeto de Freitas, presidente do Botafogo e Kléber Leite, ex-presidente do Flamengo e atual diretor de futebol do clube) e de técnicos como Antônio Lopes e Carlos Alberto Parreira foi apresentado um painel amplo sobre as causas do declínio e o que pode ser feito para que a situação melhore.

Os economistas, especialistas em gestão esportiva, destacaram a falta de recursos e a necessidade de captá-los além da venda de ingressos e dos direitos de transmissão para a TV. E concluem explicando que a má gestão dos clubes pelos dirigentes não é exclusividade carioca. Mas que a frágil situação econômica da cidade prejudica também o futebol.

O Rio de Janeiro está decadente não só no futebol. Apesar de ainda ser reconhecida como centro cultural de todo o país, a cidade perdeu sobretudo importância econômica e política.

A economia, segunda maior do país depois de São Paulo, perdeu força e não se modernizou como a paulista e a de outras regiões. Basta recorrer aos inúmeros exemplos de empresas multinacionais que encerraram seus negócios na cidade. O único alento que temos é a Bacia de Campos, onde a natureza nos deu o privilégio de um enorme campo de petróleo que alavanca o crescimento de algumas cidades do interior.

Na área política, a perda foi maior e mais evidente. Depois de ser, por quase 200 anos, capital do país e centro nervoso das mais importantes decisões da nação, a cidade assistiu à construção de Brasília e à transferência de grande parte de seu poder para o cerrado e para o estado vizinho – São Paulo. Nos últimos tempos, a situação não se alterou muito. Basta lembrarmos que nossos dois últimos presidentes, e seus partidos, nasceram no seio da sociedade paulistana; apesar de Fernando Henrique Cardoso ser carioca.

Quando dirigentes de clube são confrontados com a crise, tentam se defender. Bebeto de Freitas, presidente em exercício do Botafogo, critica a generalização que a imprensa faz e diz que a legislação esportiva é ultrapassada, trazendo imensos prejuízos aos cofres do clube. E reclama que além das dificuldades do presente ainda tem que conviver com o pagamento de antigas dívidas. Por isso, o Campeonato Estadual, segundo ele, está totalmente penhorado. Ou seja, o Botafogo só o joga para saldar antigos débitos.

Para Bebeto, a única saída é a aprovação imediata da Timemania (loteria do governo que usaria a marca dos clubes brasileiros e serviria para abater as dívidas destes com a União).

Kléber Leite é menos específico. Diz apenas que o caminho para a recuperação é longo. E que a torcida precisa ter paciência.

O problema da falta de estrutura também é lembrado no programa. Apenas o Vasco tem estádio próprio e nenhum deles possui Centro de Treinamento. Exemplos bem sucedidos como os de Cruzeiro e Atlético Paranaense são citados. Clubes que investiram a longo prazo e colheram frutos.

Como no Globo Esporte, o programa destaca Xerém, onde são formadas as divisões de base do Fluminense como exceção. E a prática já provou que tal tipo de investimento tem retorno certo. Ou não é o clube das Laranjeiras que mais revelou jogadores no futebol carioca nesses últimos anos?

2.5.3 No rádio

Os programas de rádio dedicados aos esportes tratam prioritariamente da cobertura dos jogos, de sua repercussão e de acompanhar o que acontece diariamente nos clubes. É raro ouvir análises menos voltadas ao imediatismo da disputa.

E, como já foi dito antes, a maioria das rádios perderam muito espaço e anunciantes para a televisão nos últimos anos. Ficando dependentes de um pequeno número de patrocinadores, deixaram de lado também muito de seu lado crítico. Por não poderem correr o risco de perder cotas de patrocínio, acabaram esquecendo um bem maior: a independência.

2.5.1 Na internet

A grande rede mundial é pródiga em informações. Porém, se entrarmos em um buscador com as palavras crise e futebol carioca associadas encontraremos pouquíssimas informações realmente relevantes.

Não que a opinião de quem navega na internet seja desprezível. Porém, reportagens que discutam ou pelo menos destaquem o assunto da crise dos clubes do Rio são raríssimas.

Quando foram eliminados do Campeonato Carioca deste ano Vasco, Fluminense e Flamengo o site GloboEsporte.com estampou um *link* que parecia conter informações relevantes sobre a decadência que não começou este ano. Contudo o que se vê é uma curta análise do presente. Sem maior aprofundamento e sem nenhuma importância jornalística.

Fazendo um rápido balanço do que foi escrito neste capítulo nota-se que a imprensa esportiva carioca divulga os maus resultados dos times do Rio como deveria fazer. Critica atuações e campanhas como não poderia deixar de fazer. E, com certeza, não pode ser culpada pela situação atual, que envergonha os torcedores e os próprios jornalistas.

Mas deixa a desejar quando o assunto é procurar as causas do declínio. As reportagens abordando o tema existem e algumas delas foram aqui citadas. Contudo, o imediatismo dos campeonatos e da disputa, que são notícia, acaba atropelando a informação que precisa de maior elaboração e pesquisa. Deve se deixar claro que este é um mal do jornalismo como um todo. Não é exclusividade esportiva.

Só não podemos esquecer a função primeira do jornalismo: informar, levar ao público o debate, sem culpa, sem “rabo preso” com o poder constituído.

3. Conclusão

No decorrer dos cinco capítulos da monografia nota-se que alguns assuntos são recorrentes. A importância da ética, a dificuldade de sustentação financeira do negócio jornalismo esportivo e a decadência do futebol carioca.

No entanto, outros assuntos foram provavelmente mal explorados. Como no próprio desenvolvimento do jornalismo como algo teórico, as dificuldades são enormes. Não é sem motivo que até hoje discutimos se é realmente preciso um diploma para ser jornalista. A prática sempre foi o mais importante nesta profissão.

Mas a teoria é, sem sombra de dúvida, necessária. Quem dera dispor de mais livros, mais e melhores fontes de consulta. Os exemplos práticos, inclusive na literatura, são inúmeros. E as experiências acadêmicas praticamente inexistem.

E assim este é um trabalho inacabado. Espero que não seja, por isso, de pouca qualidade.

Finalmente, espero ter a oportunidade de retornar ao assunto em outra oportunidade. Pesquisar mais, ler mais e, quem sabe, depois de tudo, servir de referência.

4. Bibliografia

RODRIGUES, Nelson - **A pátria em chuteiras**. Cia das Letras

COELHO, Paulo Vinivius – **Jornalismo Esportivo**. Editora Contexto (2005)

BETING, Mauro – Pago para ver. In: BOAS, S. V. (org) **Formação & Informação Esportiva**. Summus Editorial

AWAD, Elias – Um jogo, muitas pizzas. In: BOAS, S. V. (org) **Formação & Informação Esportiva**. Summus Editorial

De CARVALHO, José Eduardo – O discurso esportivo. In: BOAS, S. V. (org) **Formação & Informação Esportiva**. Summus Editorial

FOER, Franklin – **Como o Futebol Explica o Mundo**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editor (2005)

AQUINO – **Futebol, uma paixão nacional**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editor (2002)

BUCCI, Eugênio – **Sobre Ética e Imprensa**. Cia. Das Letras (2001)

STYCER, M.. **Carta Capital**, São Paulo, ano X, n.265, p.30-38, ago.2003

CALAZANS, F. As Amargas,não. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 abr. 2006 Caderno Esportes, p.37

CALAZANS, F. O ex-supercampeão. **O Globo**, Rio de Janeiro, 10 mai. 2005 Caderno Esportes, p.29

CALAZANS, F. O fundo, o fim. **O Globo**, Rio de Janeiro, 17 mar. 2006 Caderno Esportes, p.35

O Globo, Rio de Janeiro, 24 mai. 2005 Caderno Esportes, pág.31

O Globo, Rio de Janeiro, 18 mai. 2005 Caderno Esportes, pág.37

Lance!, Rio de Janeiro, 16 de ago. 2005, págs. 1, 7-8